

美和科技大學



美容系

課程規範

課程名稱：

美容業銷售實務

中華民國 115 年 3 月

1. 課程基本資料：

科目名稱	中文	美容業銷售實務	
	英文	Beauty Industry Sales Practices	
適用學制	五專	必選修	必修
適用部別	日間部	學分數	2
適用系科別	美容系	學期/學年	1 學期
適用年級/班級	四年級	先修科目或先備能力	美容事業經營管理

2. 美容系目標培育人才

依據 UCAN 系統，本系以培育「專業職能」為目標。

專業職能	A1	發展高滿意度的產品及顧客服務。
	A2	應用生物學及生理學專業知識，以提供/選擇安全有效的個人護理產品和服務。
	A3	應用化學原理，解釋物質和化工程序的構成、結構和屬性，以提供廣泛的個人照顧服務。
	A4	設計與執行照護行動計畫，以滿足不同家庭與個人的需求、偏好與興趣。
	A5	利用資訊技術分析及維護資料，提供個人健康照護最適建議與機制。
	A6	規劃設計組織體系與分配供應商資源，使其能即時提供個人照顧所需資源。
	A7	建立緊急處理機制並提供全方位安全健康的環境。
	A8	彙整顧客需求趨勢及回饋意見，以持續精進服務及產品發展。

3. 課程對應之 UCAN 職能

課程 \ 職能	專業職能 M	專業職能 A
美容業銷售實務	A5 利用資訊技術分析及維護資料，提供個人健康照護最適建議與機制。	A8 彙整顧客需求趨勢及回饋意見，以持續精進服務及產品發展。 A1 發展高滿意度的產品及

	<p>A6 規劃設計組織體系與分配供應商資源，使其能即時提供個人照顧所需資源。</p> <p>A4 設計與執行照護行動計畫，以滿足不同家庭與個人的需求、偏好與興趣。</p>	<p>顧客服務。</p>
--	--	--------------

註：M 表示課程內容須教授之「主要」相關職能 A 表示課程內容須教授之「次要」相關職能

4. 教學目標

本課程可以達到以下目標：

美容業銷售實務教學大綱旨在培養專業美容師的銷售技巧與服務力，核心內容包括：客情關係建立、專業膚質諮詢、需求分析、產品與療程銷售、客訴處理及會員客情管理（CRM）。課程強調主動聆聽、非語言溝通技巧、提升轉單率與業績。

美容業銷售實務教學大綱

一、美容業銷售基礎與素養

美容顧問的角色與職責：理解美容師與銷售顧問的角色融合、專業形象建立。

顧客心理學：掌握顧客消費動機、諮詢時的眼神交流與非語言溝通。

主動聆聽技巧：如何透過筆錄記錄客情，並利用專業引導對話。

二、客戶開發與情境諮詢

環境與初次接待：店面氛圍、迎賓禮儀、初步建立信賴感。

顧客膚質與需求分析：專業肌膚檢測、諮詢問卷設計、快速找出客戶痛點。

客製化療程規劃：根據膚質建議臉部/身體保養、醫美諮詢、產品搭配。

三、銷售技巧與實務演練

產品與課程介紹：將專業知識轉化為顧客聽得懂的銷售語言（FABE 法則）。

處理異議與抗拒：面對價格、效果質疑的應對策略。

成交技巧：closing 時機點判斷與購買促動。

轉單與增值銷售：如何從基礎保養升級為高單價套裝。

四、會員管理與售後服務

會員制度與 CRM：經營回頭客、客戶檔案建立、預約與確認機制。

售後追蹤與客訴處理：療程效果評估、換貨/退貨處理流程。

社群行銷與數位工具：透過社群媒體經營建立專業信賴感。

五、業績達成與實務操作

每日工作流程：整理、預約、諮詢、銷售、服務、售後追蹤。

業績指標解析：客單價、轉單率、預約率的數據管理。

5.1 課程說明

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
1	行銷學導論	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
2	銷售的基本核心觀念	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
3	銷售管理	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
4	行銷環境分析	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
5	行銷個體環境	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
6	行銷總體環境	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
7	規劃核心概念與過程	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
8	行銷計畫的規劃程序	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
9	期中考		
10	各類型組織的購買行為	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
11	美容業消費者的行為模式	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
12	美容業消費者的特性	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
13	美容業消費者類型分析與因應對策	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
14	美容市場分析之要素	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
15	市場區隔之步驟	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
16	有效的市場區隔與定位	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
17	化妝品個別產品規劃決策	M(A1, A4, A5, A6, A8)	2
18	期末考		

5.3 教學活動

1. 課堂講授

2. 多媒體及影片討論
3. 全班及小組分組練習，延伸學習。

6. 成績評量方式

1. 期中考 30% (選擇題、問答題)、期末考 30% (銷售商品計畫書)。

2. 平時成績佔 30%：小考、作業

3. 學習態度(10%)：有以下情形者扣分：作業缺繳，每次扣 5 分、作業遲交，每次扣 3 分、上課睡覺、滑手機每次扣 5 分、無故曠課，每次扣 5 分、無故遲到早退，每次扣 3 分、其他不利學習狀況的行為，每次扣 5 分；

有以下情形者加分：認真完成作業且內容豐富正確，每次加 3 分、

積極參與課堂討論，每次加 3 分、上課認真、撰寫筆記，加 5-15 分

7. 教學輔導

7.1 課業輔導/補救教學對象：

請導師協助凡學習成效不佳、動機不強之學生，並於安排於課輔時間了解原因並輔導。

7.2 課業輔導/補救教學之實施分組互助教學：建立小組同儕學習制度，將學生予以分組，隨時協助成績欠佳學生補考。

7.3 課業輔導/補救教學時間與聯絡方式

- ◆ 輔導時間：授課教師共同協商安排。藉由下課時間與學生自由交談，了解其學習成效，作為內容修正之參考。
- ◆ 輔導老師聯繫方式：
 - (1). 授課教師：陳瑋渲
 - (2). 校內分機：8622
 - (3). 授課教師 email：x00012090@meiho.edu.tw
 - (4). 教師研究室：G806